媒体融合背景下新媒体编辑再定位

摘　要：随着经济社会的持续快速发展，媒体融合趋势得以加剧，新媒体形式大量出现并推广流行，对新媒体编辑的整体素养提出了更高的要求。在媒体融合背景下，如何准确把握新媒体编辑的自身定位，采取有效策略实现自身角色的转型升级，成为备受新媒体行业广泛关注的焦点问题之一。基于此，本文首先介绍了媒体融合背景下新媒体编辑特点，分析了媒体融合背景下新媒体编辑的定位问题。在探讨媒体融合背景下传统媒体新闻编辑面临挑战的基础上，结合相关实践经验，分别从深入结合现代媒体等多个角度与方面，提出了提升新媒体编辑实效性的有效策略，望有助于相关工作的实践。
关键词：媒体融合；新媒体；编辑；发展
中图分类号：G232　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）12-040-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.12.009
本文著录格式：崔海宁 . 媒体融合背景下新媒体编辑再定位 [J]. 中国传媒科技，2019（12）：40-42.

文 / 崔海宁

引言

当前，信息化时代发展特征显著，多类型媒体在样式、内容、传播范围等方面实现了融合发展，改变了传统媒体的运行模式，创新了信息的沟通交流方式。对于新媒体编辑而言，必须在媒体融合背景下准确摆正自身位置，全面客观地分析自我所面临的机遇与挑战，并采取有效措施，取得高质量、高水平、高效率的发展效果。本文就此展开了探讨。

1. 媒体融合发展的必要性

传统媒体主要包括电视、广播、报纸、报刊等，随着互联网技术的快速发展，各类新型媒体以崭新的样式展现在社会公众面前，其样式更多地以网络技术、信息技术、移动互联技术为依托，可通过手机等智能移动终端进行获取，即所谓的新媒体。新媒体属于传统媒体的衍生品，与传统媒体同属传播媒介的范畴，拥有传统媒体所不具备的优势与特征。新媒体的出现，在丰富社会公众信息获取来源渠道的基础上，使传统媒体面临着更为严峻的发展考验。作为有效协调传统媒体与新媒体二者关系的重要举措，媒体融合开始进入人们视野，并纷纷进行了有益探索，积累了部分宝贵而丰富的实践经验，使得新媒体的优势价值得以进一步凸显，传统媒体的公信力与传播力进一步巩固。在信息化时代，社会公众所需要的信息量极大，需要高效可靠的媒体作支撑，因此媒体融合发展的趋势不可逆转。通过实施媒体融合发展，既可彰显传统媒体在权威性等方面的优势，又可使新媒体的个性化、迅捷化等价值得以充分利用，这对于满足社会公众对海量信息的强烈需求，提高社会公众生活质量，持续不断推动经济社会高质量、高水平、高效率发展具有极为深刻的现实意义。

2. 传统媒体与新兴媒体融合的关键因素

2.1 考虑受众需求

在传统媒体与新兴媒体融合过程中，受众群体的客观实际需求是最为关键的要素之一，对此必须全方位、立体化关注与了解受众群体需求，在推进新时代建设过程中推进传统媒体与新兴媒体高度融合发展，以提高融合发展质量与效率，比如，选用什么样的内容才能吸引受众群体注意力，采取何种传播方式可满足受众群体精神需要，如何才能更好地诱导受众群体关注后期动态。只有充分考虑受众群体需求，才能促进传统媒体与新兴媒体融合发展，更好地做好新媒体编辑工作。

2.2 创设开放环境

在新媒体环境下，传播内容相对开放，对开放型的环境条件要求较高，因此所创设的开放环境好坏，与媒体融合发展质量密切相关。通过部分媒体融合实际来看，由于开放环境创设不到位而造成的媒体融合发展质量不佳，效果不理想等问题普遍存在，成为阻碍传统媒体与新兴媒体融合发展的重要因素。对此，要充分考虑传统媒体的封闭性与禁锢性，通过新媒体方式的运用提高传播内容的灵活性，从而有效克服媒体融合发展阻力，在时间与空间等方面突破限制与枷锁，以更高质量地完成信息传播任务，构建全新的媒体融合发展模式，最终为媒体融合发展注入源源不断的强大活力与动力。

2.3 实现资源分享

在传统媒体与新兴媒体融合发展过程中，需要注重实现资源共享。此处所指的资源通常包括传播内容、传播方式、传播渠道等，随着新媒体技术的不断快速发展，使数据资源的数量日益庞大，既需要完善的存储系统进行储存与转换，也需要构建高效稳定的数据资源分享平台进行分享与交流，使数据资源更具时效性，避免因时间延误而造成数据信息丧失价值。要改变传统媒体的经营模式，使媒体融合充分迎合社会公众对广播电视节目的新需求。同时，在此基础上紧抓受众心理展开相关内

容的精准推送，传统媒体权威性强，新兴媒体特色尽显。

3. 媒体融合背景下新媒体编辑特点分析

3.1 新闻信息的海量化和个性化

互联网技术的快速发展及移动智能终端的广泛普及，极大地刺激了媒体行业的融合发展进程。在这一背景下，受众获取新闻信息的渠道得以有效拓宽，新闻信息铺天盖地，呈现出海量化的发展态势。在传统媒体发展模式下，新闻信息需要经过信息获取、加工处理、编辑播送等诸多环节，而在当前背景下却可通过多种媒介直接对新闻热点进行编辑处理，突破了传统媒体在时间和空间上的束缚，同时促进了新闻信息的创新发展[1]。

3.2 加强了新闻编辑的互动性

在媒体融合背景下，新媒体编辑的一大重要特点便是与受众群体之间的高效互动。因此，为提高新媒体编辑效果，必须予以高度重视。在传统媒体模式下，编辑更多地侧重于自我的中心地位，与受众群体之间是主动和被动的关系，不存在明显的互动沟通。而随着媒体融合趋势的凸显，新媒体与受众群体之间的互动效果，往往反映着该媒体的社会影响力与社会价值。这对新媒体编辑提出的具体要求为，充分尊重受众群体的地位，深刻把握其对新媒体的评价与感受。

3.3 多样化的新闻传播媒介

在互联网条件下，各类新型媒体传播途径与渠道实现了创新，逐步形成了多样化的新闻传播媒介，为广大受众群体提供了更多获取信息的渠道与平台。长期以来，微博、微信发展势头迅猛，加之抖音、今日头条、快手等移动终端 APP 的快速兴起，加快了新闻信息的传播速率，一定程度上实现了动态化、实时化的预期目的。因此，新媒体编辑要充分考量受众群体的客观特征，提高新闻编辑的针对性，更为精准地满足受众群体实际需求[2]。

3.4 内容多元化、样式多样化的新闻

在媒体融合背景下，新闻信息已经不再仅仅局限于时政要闻、经济动向、文化娱乐等层面，更多地向着内容多元化、样式多样化的方向发展。处于世界任何角落的任何人均可参与到新闻信息的编辑、发布、评论中来，其所涵盖的内容更具吸引力与诱惑力，时刻吸引人们眼球与注意力。因此，准确把握新媒体编辑的定位具有极为深刻的现实意义。

4. 媒体融合背景下新媒体编辑再定位

4.1 从编辑新闻转变为深挖事实

在媒体融合背景下，新媒体编辑一方面需要强化对不同类型新媒体的运用能力，另一方面要提高专业素养和职业道德操守，通过不断强化学习，建立系统化的专业知识储备，使编辑工作实践得心应手。要牢固树立正确的价值观，推动传统新闻编辑向着深挖事实转变，提高对新闻事件事实的掌握深度，始终保持正确的立场，尤其是对于部分涉及政治、经济等方面的重大问题方面，更是要有准确的判断及选择能力[3]。

4.2 从文字编辑转变为多形式编辑

传统媒体编辑所面对的对象为大量文字，而在媒体融合背景下，文字、图片、视频、语音等均称为重要编辑对象，需要充分整合这些多形式的信息载体，做到审时度势、与时俱进，使所产生的编辑效果能够有效满足不同受众群体的个性化需求，提高新媒体信息传播效果。同时，这需要新媒体编辑在面对多形式的新闻信息时，拥有足够的心理预期。

4.3 传统新闻生产转变为特色化内容编辑

媒体融合发展的强劲动力，使新媒体编辑将更多的时间与精力付诸于某特定领域，服务于某特定受众群体，进而实现了具有突出特色的新闻信息编辑内容。为提高新媒体编辑新闻信息的有效性，必须使新闻信息具备特色化、标签化特征。因此，在新媒体编辑定位中，要全面聚焦个性化、差异化新闻编辑，使新媒体具有良好的受欢迎程度，在竞争环境中占据更为主动的地位。

4.4 从单向新闻编辑转变为双向互动编辑

正如前文所述，新媒体具有双向互动特性，使编辑与受众群体之间的交流互动成为现实，因此在新媒体编辑过程中，需要根据受众群体的特定特征，实施相应的评论、留言、投票等操作。因此，新媒体编辑必须从单向新闻编辑向着双向互动编辑转变，切实提高编辑工作效率和效能。

5. 新闻编辑的现状

第一，融媒体时代的编辑相对传统媒体的编辑而言控制权大大被削弱了，以往的新闻编辑只需将信息资源合理地进行管理，简单来说，在传送信息的过程中都是新闻编辑进行把关，屏蔽不良影响信息。但是媒体的融合就大大改变了这一现象，导致了新闻媒体编辑的控制权被大大弱化了，面对这一现象，新闻编辑就要积极改变自己工作的理念，不断提升自身的水平，不然很可能因为跟不上传媒发展而被淘汰。

第二，工作模式的变化。在传统的传媒中，新闻编辑主要是将记者收集来的信息不断地加工润色，在做这些处理的时候都是在幕后进行的，不会接受到太多观众的反馈，对观众的想法也可以大部分忽略，而在传统媒体和新媒体融合的时代，人们习惯在手机和媒体上接受信息，公众可以对信息进行评论，这就让新闻编辑面向大众，新闻编辑在传递信息的时候就需要从大众的角度考虑信息。

第三，在以往，由于信息受到传播方式的限制所以新闻编辑除了要让观众了解这一信息，还要审核这条信息的作用是否符合社会发展的需求，而随着信息全球化的到来以及新媒体的产生，信息通过各种方式涌现出来，新闻编辑对信息的控制力下降的同时，对所发布的信息产生的影响也难以把控，这就导致新闻编辑的价值大大降低了。

6. 提升新媒体编辑实效性的有效策略探讨

6.1 转变思维模式

在传统媒体行业中，媒体编辑人员的工作思维相对保守，会把新闻编辑工作视为单方面传播信息的手段，未能准确定位新闻传播者与受众群体之间的关系，尤其

没有给予受众充分关注，导致信息接受过程中受众群体一直处于被动地位，因而新闻编辑过程中无法对受众群体观点和建议进行全方位考量，习惯用陈旧落后的思维模式开展工作。在媒体融合背景下，编辑人员要打破固化的思维模式，充分认识到受众群体在信息传播中的作用和地位，受众可对信息进行有选择地接收。因而，在媒体融合背景下，编辑人员必须要重视受众群体感受，与受众群体积极沟通，根据受众群体建议优化编辑效果。

6.2 提高新媒体编辑人员的专业能力

为有效适应媒体融合背景下的新媒体编辑工作，必须始终注重提高编辑人员的专业能力。要全面牢固树立现代化的媒体编辑思维工作理念，自觉用新形势下新媒体编辑的新思想、新方法、新策略，解决编辑实践中遇到的新难题，及时更新专业知识体系结构。要定期组织新媒体编辑人员参加各类专业培训与学习，聘请业内专业人士重点讲解新媒体编辑所面临的新环境，及时解决处理新媒体编辑遇到的实践难题，打造一支立场坚定、经验丰富、专业能力强的编辑人才团队，为新媒体发展奠定人才基础[5]。

6.3 完善新媒体编辑模式

完善新媒体编辑模式是推动新媒体编辑高质量发展的重要途径。要立足于新闻内容基本情况，充分关注受众群体的兴趣点所在，对新闻深度进行充分挖掘，逐步实现新闻编辑的创新性，并提高编辑工作效率。要充分发挥新媒体的灵活多变的优势特点，创新编辑内容的外在表现形式，使编辑内容更加符合受众群体实际需求。同时，要注重加强与受众群体之间的沟通与交流，了解受众群体的喜好与兴趣，使编辑内容具备充分的时代气息，融入更多时代要素。

6.4 与生活实践相结合

无论媒体融合的程度有多深，新媒体的类型有多丰富，均离不开社会实际生活，所有脱离生活实际的新媒体均无法汲取足够的生命力与活力。因此，要始终注重新媒体编辑与社会生活相结合，使编辑内容立足生活、源于生活、高于生活，融入到社会生活的方方面面。新媒体编辑要注重生活积累，将编辑内容与具体生活实践相融合，不断深入到群众生活深处，加深对群众日常生活真实性的感悟。要深入挖掘史实资料的关键价值，通过史实资料深化编辑内容的内涵，提升自身对现实新闻的分析与理解能力，优化新媒体编辑工作效果。

6.5 完善新媒体编发方式

随着媒体融合程度的加深，新媒体信息数量及种类的激增，使广大受众群体越来越倾向于表达自我观点与看法，这对新媒体编发方式的创新提出了更为严格的要求。要充分发挥新媒体信息量大的显著优势，注重关键信息的高效整合，确保新闻数据信息的准确性，使新媒体的未来发展始终符合社会未来发展潮流。要充分认识新媒体编发方式的重要性，紧跟当前社会热点事件，创新编发思维，高效管理新媒体传播平台的运行状态，实现新媒体编辑的社会价值。

6.6 要充分利用好新兴媒体成熟的软件和工具

媒体融合背景下，要拓展新闻移动客户端、网络视听等新业务，加速对传统媒体的数字化、网络化、信息化改造。对传统媒体进行全新包装，全方位运用新媒体传播媒质，广泛开展互动交流，推进新闻社会效益最大化。借鉴先进的“互联网 +”模式，扩展新思路、引进新模式，与成熟品牌开展深度合作，为传统媒体和新媒体的融合提供更广阔的空间。要探索重构全媒体采编流程运行模式，加强信息内容、技术应用、平台终端的共享融通，最终实现所有媒介资源和生产要素的有效整合。集中采访可供全媒体使用的图片、音频、视频产品，提供不同平台、载体需要的不同形式的产品。

结语

综上所述，在媒体融合背景下，新媒体编辑既面临着前所未有的重大发展机遇，也遭遇着极为严峻的挑战与考验。因此，新媒体编辑要充分立足媒体融合发展实际，遵循新媒体的基本客观规律，摆正自我位置，从深入结合现代媒体、提高专业能力及综合素养、关注受众意识等多方面着手，综合施策，切实实现自身转型升级，为新媒体发展事业迈向更高层次提供可靠保障。媒

参考文献

[1] 刘艳红，蔡薇 . 媒体融合背景下新媒体编辑再定位研究 [J]. 新闻研究导刊，2018，1（15）：112-113.

[2] 童英，董小菲 . 媒介融合背景下传统媒体新闻编辑转型研究 [J]. 新闻研究导刊，2019，10（3）：138-140.

[3] 信永华，陈坚 . 浅谈新媒体时代新闻编辑的媒介素养——评方毅华《新闻编辑》[J]. 新闻记者，2017（5）：199-200.

[4] 章嘉民，翟蕾 . 探索纸媒和电商的融合策略——以浙青传媒的实践为例 [J]. 传媒评论，2018（18）：284-285.

[5] 张梓轩，赵化 . 媒介融合背景下的新闻编辑部研究——以中央电视台英语新闻频道新媒体新闻编辑部为例 [J]. 中国编辑，2017（2）：356-360.

（作者单位：烟台广播电视台）